

конкурентоспроможність

в часи викликів і турбулентності

Микола Чумак 29.10.2024





IDNT працює з роздрібними мережами, сервісними компаніями та банками, допомагаючи підвищувати ефективність за допомогою покращення споживчого досвіду.

Більше 20 років компанія отримує досвід роботи із замовниками у різних категоріях, від продуктів харчування до автомобілів і на різних ринках від США до Філіппін.

В IDNT впевнені, що конкуренція за споживача у майбутньому можлива лише на території сервісної моделі з відповідними бізнес-процесами та дизайном клієнтського досвіду.

Ми використовуємо наше глибоке розуміння бізнесу та поведінки споживачів, впроваджуємо найкращі практики з різних категорій та ринків.

Маємо досвід роботи з лідерами у сферах, які корисні будь-якому сучасному сервісному та торговому бізнесу: **рітейл, логістика, пошта, телеком, сервіси, фінанси, маркетплейси.**

Питання до вас

- У чому ваша іновація? Унікальність? Або що нового?
- Чому мають купити саме у вас?
- На чому ви заробляєте

Запоруки успішного розвитку

- Є стратегія, бізнес-модель, сервісна модель
- Є формат, готовий до тиражування та експансії
- Готові експериментувати: сценарії обслуговування, нові сервіси та нові продукти

Типові виклики ритейлу:

- Аудиторія вимивається
- Продукт не унікальний
- Наші унікальності повторюють
- E-commerce
- Магазини маленькі (або завеликі)
- Локації невдалі

Трансформація роздрібного бізнесу

- Ціннісна пропозиція актуальна
- Необхідність посилення конкурентної позиції
- Збільшення ефективності



Тактичне

Перезавантаження категорій та клієнтського досвіду

Технологія організації торгового залу
Асортимент, ціноутворення
Мерчандайзинг, промо, маркетинг
Процеси під омніканальну модель
Відносини з постачальниками

- Формату 5+ років
- Ціннісна пропозиція формату застаріла
- Змінилися вподобання споживачів

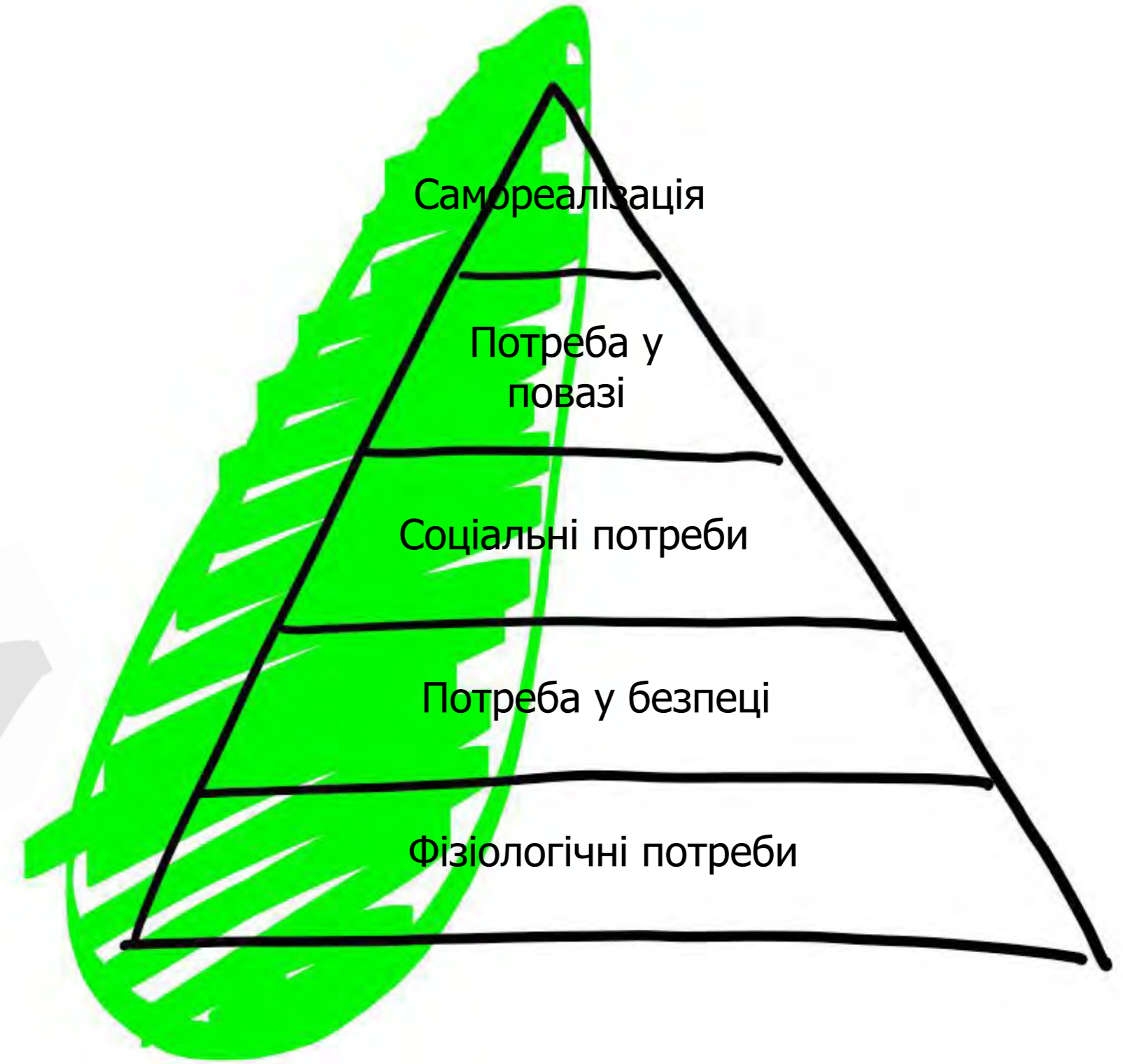


Стратегічне

Переформатування, засноване на новій ціннісній пропозиції та клієнтському досвіді

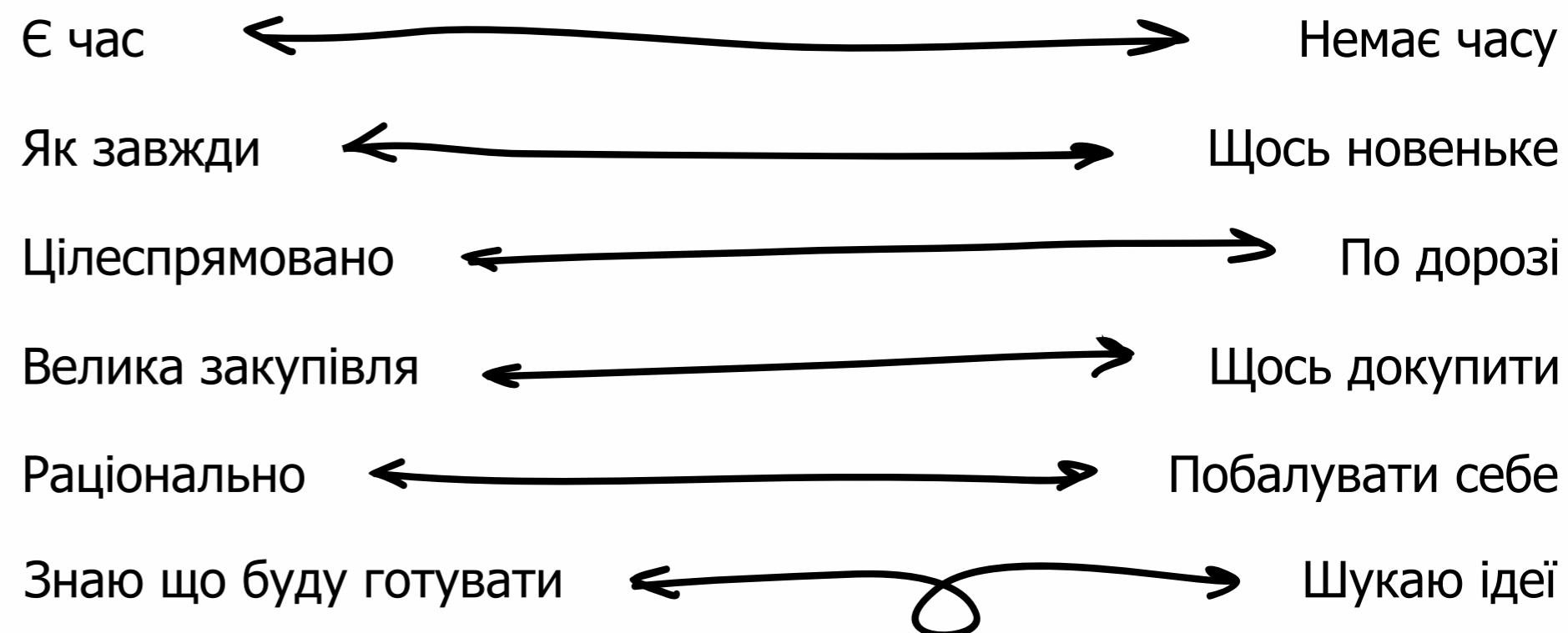
Бізнес модель
Роздрібна стратегія
Операційна модель
Концепція форматів

Місце шопінгу



Бізнес - не про
продукт та канали

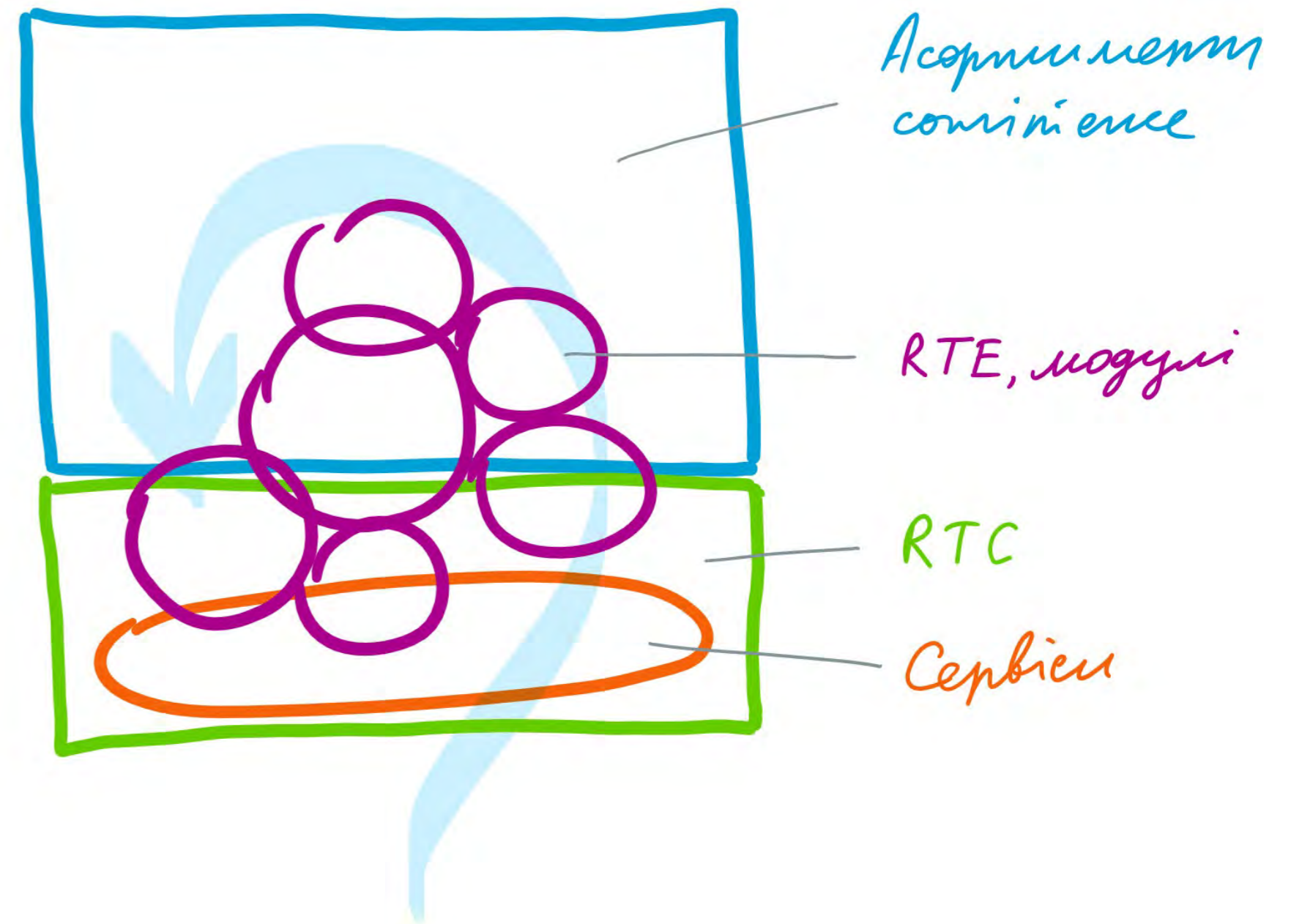
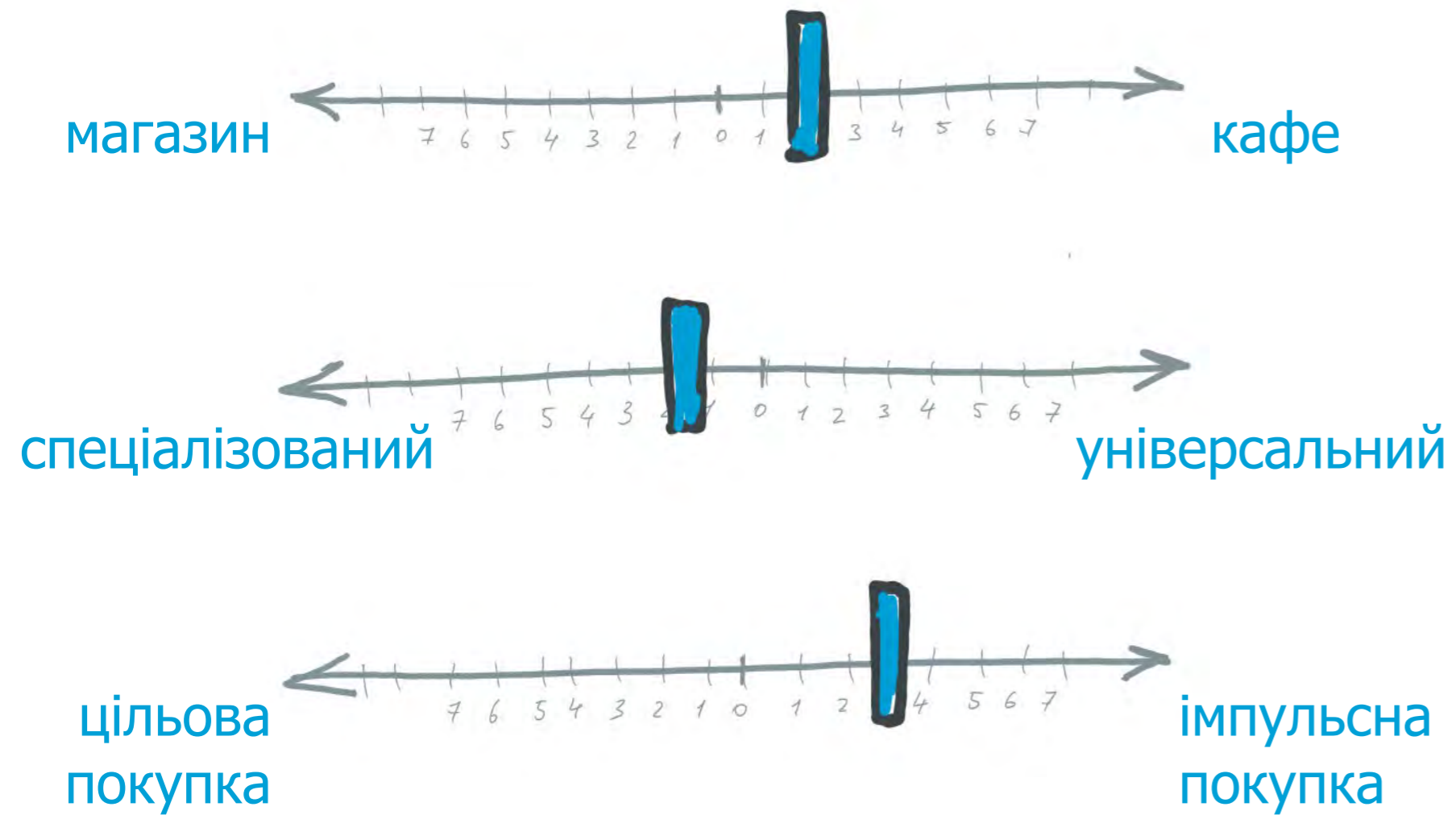
Різні споживачі чи різні сценарії?

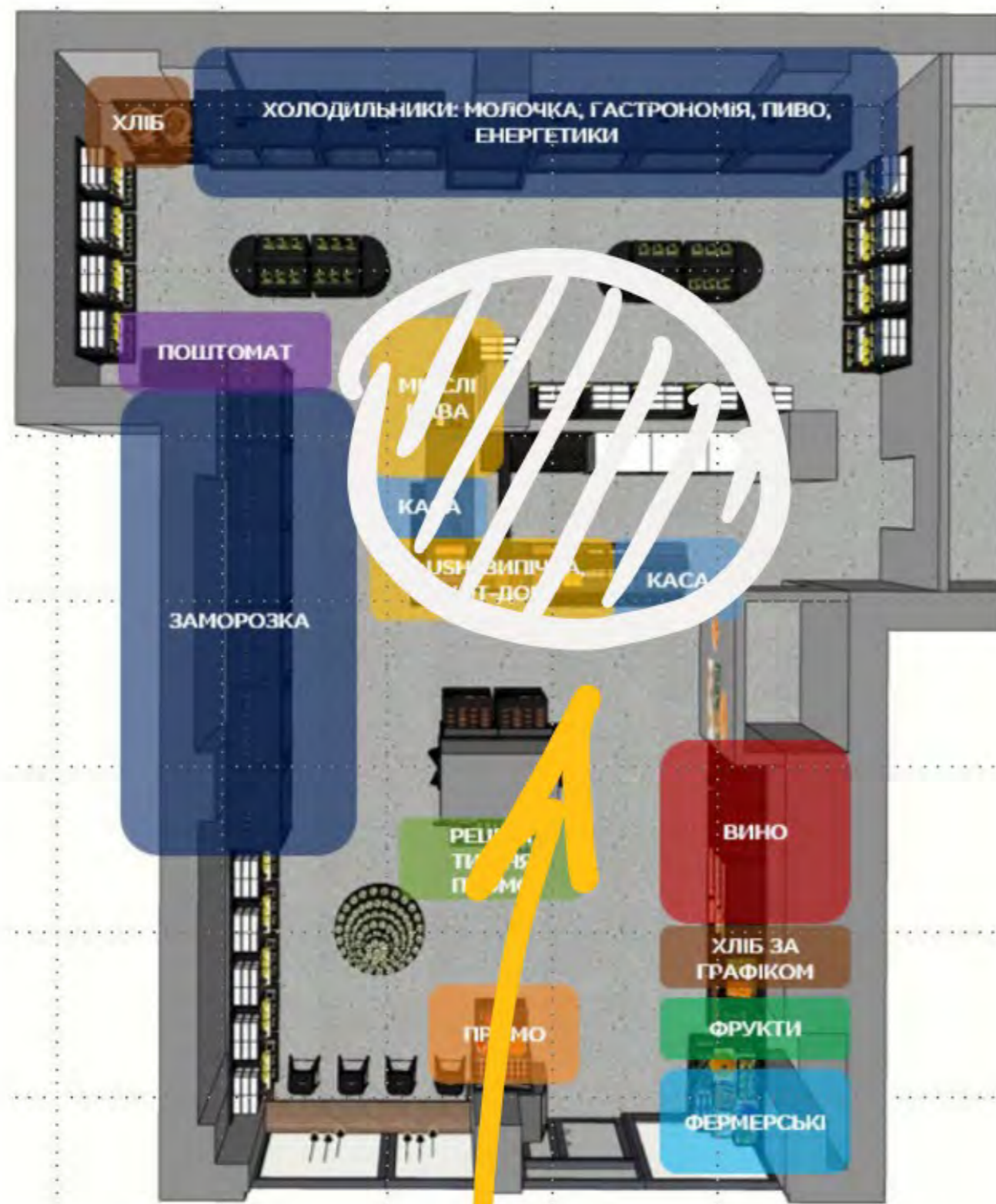


сценарії, а не люди

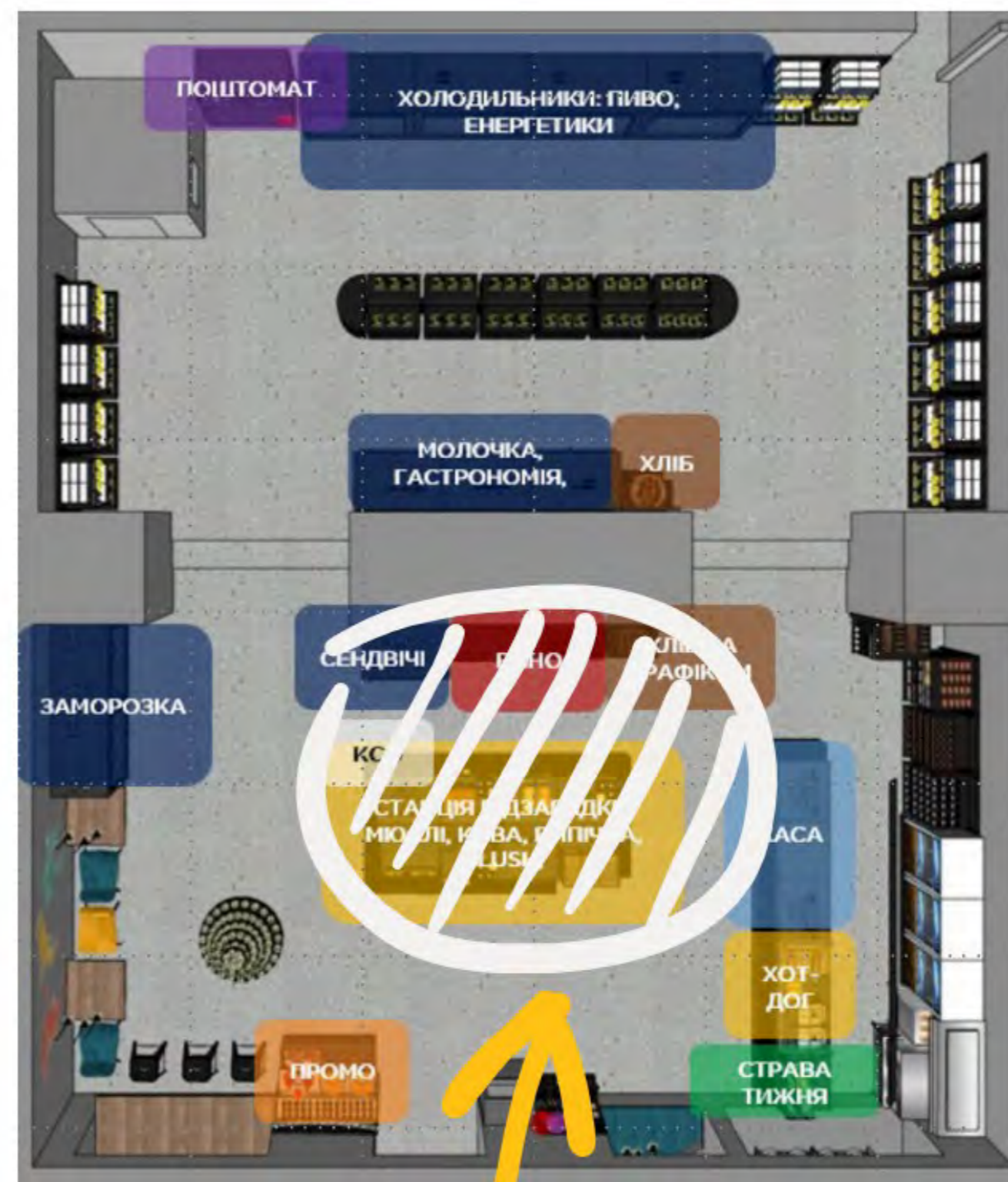
Про людей та досвід

Пошук ідей для формату





Магазин в ЖК



Магазин біля метро

Два підходи до формату

Еволюція

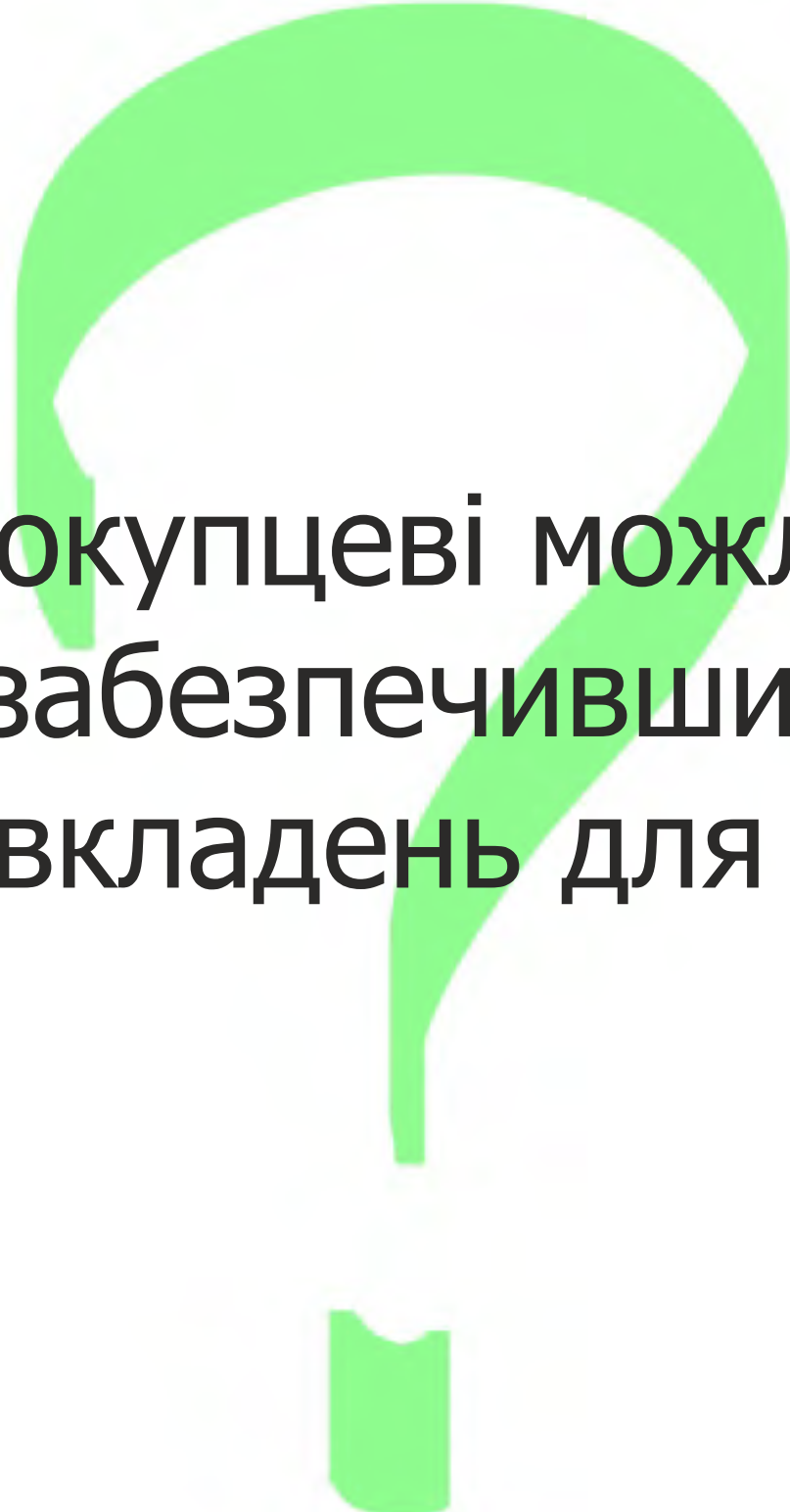
✓ Враховуємо тренди

? Споживачі можуть не відчувати змін

Революція

✓ Створюємо тренди

? Споживачів доведеться навчати



Як надати покупцеві можливість вибору
одночасно забезпечивши ефективність
капіталовкладень для ритейлера?

Як надати покупцеві можливість вибору
одночасно забезпечивши ефективність
капіталовкладень для ритейлера?

Еволюція «великого вибору» до правильного вибору»

Три стратегії формату магазину

- 1** Наявність товару для негайної реалізації.
- 2** Товари, доступні онлайн для доставки в магазин або безпосередньо покупцю – віртуальний склад.
- 3** Товари в магазині належать постачальникам та продаються за моделлю комісії або на основі оренди площі.

SUMMARY

- 1** По-чесному/адекватно визначаємо свої унікальності
- 2** Вивчаємо клієнтські сценарії
- 3** Вивчаємо клієнтський шлях та розширюємо свою участь/вплив
- 4** Шукаємо унікальність в досвіді та форматі
- 5** Вибираємо модель форматів



Микола Чумак
CEO IDNT

+380675029152
mykola@idnt.com.ua
idnt.ua